

UKD: 159.9.01::81-119::130.2::141.319.8::796.011.5

M. Żmudzka-Brodnicka

WOJNA W DZIENNIKARSKIM PRZEKAZIE SPORTOWYM W UJĘCIU KOGNITYWNEJ TEORII METAFORY

У статті, на основі аналізу метафори війни, яка часто трапляється у спортивних газетних статтях, автор показує можливість використання товариством дослідницького апарату когнітивної лінгвістики. Шляхом виявлення механізмів дискусії про спортивні заходи та їх вплив на осмислення спорту автор намагається відповісти на питання про те, як з моральної точки зору повинно і не повинно говоритися про спорт.

Ключові слова: когнітивна лінгвістика, когнітивна метафора, етика мови, філософія спорту, метафора війни

В статье, на основе анализа метафоры войны, часто встречаемой в спортивных газетных статьях, автор показывает возможность использования обществом исследовательского аппарата когнитивной лингвистики. Путем выявления механизмов дискуссии о спортивных мероприятиях и их влияние на осмысление спорта автор пытается ответить на вопрос о том, как с моральной точки зрения должно и не должно говориться о спорте.

Ключевые слова: когнитивная лингвистика, когнитивная метафора, этика языка, философия спорта, метафора войны.

An author of article, by interpretation metaphor of war occurs in many articles about sport, outlines how we can apply the cognitive linguistic research tools to social research. This article aimed at answering the question, how, of moral point of view we should, a how we shouldn't talk about sport.

Key words: cognitive linguistic, cognitive metaphor, ethics of language, philosophy of sport, metaphor of war.

«We wszystkich aspektach życia opisujemy naszą rzeczywistość poprzez metafory, a następnie przystępujemy do działania w oparciu o metafory. Wyciągamy wnioski, określamy cele, podejmujemy wyzwania, planujemy działania, a wszystko to w oparciu o to, w jaki sposób częściowo strukturalizujemy nasze doświadczenia, świadomie i nieświadomie, poprzez metafory» [3, s. 25].

Wprowadzenie

Refleksja nad metaforą ma długą historię, sięgającą czasów Arystotelesa, który stworzył pierwszą teorię metafory, tzw. teorię substytucyjną. Filozof widział jednak w metaforze jedynie ozdobę języka poetyckiego, pozbawiającą go znamion pospolitości i przyziemności i uważał, że słowo przenośne w każdej chwili można zastąpić słowem dosłownym, bez utraty znaczenia płynącego z metaforycznego użycia słowa. W późniejszych teoriach, wbrew teoriom klasycznym, zwrócono uwagę na aspekt innowacyjności metafory. Dzięki tzw. nadwyżce znaczenia metafora mówi nam coś nowego o rzeczywistości, a każda jej parafraza unicestwia niesiony przez nią unikalny sens. Niemniej jednak metaforę nadal uważano za zjawisko wyłącznie językowe i incydentalne. Istotną w tej materii zmianę przyniosła dopiero kognitywna teoria metafory, w której metaforę uznano za zjawisko także pojęciowe¹ oraz za nieodłączny element wszystkich niemal wypowiedzi. Metaforyczne użycie języka (metafora językowa) to zewnętrzny przejaw metafory pojęciowej – mówimy metaforami (metaforami językowymi), ponieważ myślimy metaforami (metaforami pojęciowymi). Metafora, jako odzwierciedlona w języku podstawowa struktura myślowa, pozwala nam zrozumieć otaczającą rzeczywistość, dzięki niej jesteśmy w stanie ująć poznawczo coś, co z jakiegoś powodu poznaniu się wymyka [1].

Skoro jednak rozumienie świata w tak ścisły sposób zależy od mówienia o tym świecie, to nasuwa się wątpliwość, czy ewokowane przez niektóre metafory obrazy świata są obrazami pożądanymi. Czy rzeczywiście tak chcemy myśleć o otaczającym nas świecie. I wreszcie, w jakie narzędzia się uzbroić, by niepożądane sposoby mówienia skutecznie obnażyć i eliminować. Jednym ze sposobów wykrywania pewnych utartych, zwykle nieuświadomionych wzorów, według których myślimy i działamy w większości spraw codziennego życia jest badanie języka, który do nas dociera i którym w sposób nieunikniony zaczynamy się posługiwać.

Taka też droga zostanie obrana w niniejszym artykule, a przedmiotem podjętych analiz będzie powszechna w dziennikarskich przekazach sportowych metafora wojny. Przedmiotem analizy będą artykuły relacjonujące

¹ «Istnienie metafor jako wyrazów językowych jest możliwe właśnie dlatego, że metafory tkwią w systemie pojęć człowieka» [3, s. 25].

przebieg meczów piłki nożnej zamieszczone na portalu Onet.pl. Jednakże stanowić one będą tylko przykład działań językowych składających się na metaforę wojny i z racji daleko posuniętej wybiórczości oraz fragmentaryczności nie będą służyły opisowi oraz ocenie «polityki» językowej portalu, ale jedynie pokazaniu, że nawet w relacjach z meczów nie tak bardzo istotnych dla nas Polaków¹ jak na przykład mecze polskiej reprezentacji z drużynami Niemiec i Rosji podczas Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej w 2008 i 2012 roku obecna jest retoryka wojenna. Jej zastosowanie jest powszechne, zaś dla odbiorców tak oczywiste, że nie budzi właściwie żadnych wątpliwości. Tymczasem wystarczy przypomnieć, jak wielki wpływ miały media na podsycecie nastrojów przed i trakcie meczu Polska – Rosja podczas Mistrzostw Europy w minionym 2012 roku, by postawić pytanie: czy to z pozoru niewinne przyzwyczajenie kibiców do wojennej retoryki w przekazach sportowych nie powoduje, że w sytuacjach wyjątkowych (kiedy dodatkowo dochodzą do głosu trudne doświadczenia historyczne, stereotypy, uprzedzenia) stają się oni bardziej podatni na wpływ tej retoryki niż zwykle?

Celem artykułu nie będzie więc pokazanie, jak we współczesnym dziennikarstwie sportowym konstruowana jest metafora wojny (co zresztą wymagałoby znacznie obszerniejszego opracowania), ale próba odpowiedzi na pytanie, czy wykorzystywana w przekazach sportowych metafora wojny jest neutralnym moralnie zabiegiem retorycznym, czy też może się przyczyniać, poprzez obniżenie jakości używanego w nich języka, do degradacji ważnych z etycznego punktu widzenia postulatów i norm². Artykuł w zamyśle autorki, poprzez wskazanie ukrytej intencji komunikacyjnej, ma więc stanowić przyczynek do refleksji nad etyką języka³ we współczesnym dziennikarstwie sportowym, bo przecież nie tylko ludzkie postawy i wynikające z nich działania mogą być moralne lub niemoralne, ale także wypowiedzi (będące w swej istocie również działaniami, tyle że językowymi).

W analizie tekstów medialnych zastosuję aparaturę badawczą językoznawstwa kognitywnego, traktując metaforę wojny jako wyidealizowany model kognitywny, wykorzystywany w dziennikarstwie sportowym w celu «podniesienia temperatury» wypowiedzi lub przekazania emocjonujących i nieoczekiwanych wydarzeń. Z kolei wyodrębnienie i interpretacja organizujących przekaz ram konceptualnych pozwoli na pokazanie, w jaki sposób metafora wojny jest konstituowana przez elementy językowe oraz jaki jest ich wymiar aksjologiczny.

W tej perspektywie aparat badawczy językoznawstwa kognitywnego zostanie wykorzystany jako narzędzie analizy materiału źródłowego, zaś kognitywna teoria metafory stanowić będzie punkt wyjścia dla rozważań wykraczających w rezultacie poza ścisłą dziedzinę językoznawstwa, w kierunku etyki języka – bowiem sposób, w jaki mówimy o sporcie wpływa na to, jak o nim myślimy, zaś myślenie oddziałuje na postawy i działania – zarówno uczestników sportowych rozgrywek, jak i kibiców.

Metafora wojny w prasowych doniesieniach sportowych

Metafora wojny używana jest w dziennikarstwie sportowym na tyle często, że nie budzi u odbiorców żadnych wątpliwości, wręcz przeciwnie – traktowana jest jako coś oczywistego, a nawet niezbędnego, bo przecież sport w jego wymiarze agonistycznym to właśnie walka, tyle że zastępcza, dozwolona i społecznie pożądana jako skuteczny sposób kanalizacji agresji.

Czasem jednak zdarzają się sytuacje, że kibice zapominają o symbolicznym wymiarze tych quasi-wojennych wydarzeń i zaczynają je traktować jak wojnę prawdziwą, z prawdziwymi wrogami oraz z wygraną i przegraną, gdzie nie idzie już tylko o punkty, ale o honor, a nawet o życie. Eskalacji wrogich emocji sprzyjają media, co potwierdzają doświadczenia sprzed i w trakcie wspomnianego już reprezentacji Polski i Rosji podczas «Euro 2012». Retoryka wojenna i skojarzenia historyczne zostały wykorzystane na okładkach gazet wychodzących przy okazji meczu: «Polska – Rosja. Bitwa Warszawska 2012. Dlaczego w meczach z Rosją chodzi nie tylko o piłkę» («Newsweek»), «Wiara Nadzieja Smuda», czy «Na Moskale» («Super Express»). Nośnym tytułem towarzyszyły równie kontrowersyjne obrazy – Franciszek Smuda w piłsudczykowski mundurze, czy polscy piłkarze siedzący na koniach, ze skrzydłami husarii na plecach i szablami w dłoniach. Nie bez znaczenia są tu oczywiście doświadczenia historyczne, czy głęboko zakorzenione stereotypy i uprzedzenia, które właśnie przy okazji meczów z sąsiadami – Rosją i Niemcami przypominają o sobie ze zdwojoną siłą, a z których prasa – czego dowodzą choćby przywołane przykłady – skwapliwie korzysta.

Czy jednak wykorzystywanie w mówieniu o sporcie elementów retoryki wojennej dość powszechna w tych przekazach metafora wojny, mogą powodować, że nawet na te, tak jawnie stygmatyzujące, wypowiedzi reagować będziemy z akceptacją, a nawet aprobatą? I wreszcie, jakim wartościom przeciwstawia się metafora wojny?

Podjmując się analizy metafory wojny w wybranych wypowiedzi prasowych, wychodzę z założenia, że sposób konstruowania wypowiedzi poprzez dobór i użycie odpowiednich jednostek językowych, tworzących ramy i modele konceptualne, istotnie wpływa na rozumienie tej wypowiedzi przez odbiorcę, a w konsekwencji na kształtowanie jego podstaw i zachowań, ponieważ ramy i modele kognitywne niosą ze sobą nie tylko specyficzny dla siebie język, ale także system przekonań i wartości [2].

¹ Autorka wybiera mecze drużyn zagranicznych, w których jednak grają Polacy.

² Inspiracją są rozważania Tomasza Krzeszowskiego dotyczące aksjologicznych aspektów modeli kognitywnych. [Zob. 2].

³ W zakres etyki języka, czy etyki słowa wchodzi: etyka komunikacji międzyludzkiej i interesująca nas etyka stosunku do dobra kultury, jakim jest język. Etyka słowa to zatem «uporządkowany zbiór postulatów dotyczących takiego posługiwania się językiem i takiego stosunku do języka, który prowadzi do dobra» [6, s. 41].

W metaforze wojny wykorzystywanej w przekazach sportowych domeną źródłową jest wojna, zaś domeną docelową sport (sport to wojna), co oznacza, że sport, a ściślej poszczególne sportowe wydarzenia są opisywane i ukazywane w kategoriach wojny. Zatem mecz – tak jak bitwę – wygrywa się lub przegrywa, zdobywa punkty (gole) lub traci – jak miasta czy inne cele strategiczne, walczy się do końca lub poddaje bez walki, a drużyna, która pokonuje drużynę przeciwną dużą liczbą bramek – rozstrzeliwuje ją [8, s. 93].

Elementy wojennej retoryki pojawiają się już w tytule jednego z analizowanych artykułów: «Real zgotował piekło Borussii, ale nie dostał raję» [10]. Z językoznawczego punktu widzenia zastosowane porównanie jest bardzo interesujące. Piekło to miejsce mąk, w którym przebywają dusze skazane na potępienie. Mówiąc, że ktoś zgotował komuś piekło (na Ziemi), mamy zazwyczaj na myśli, że ktoś spowodował coś lub prześladował kogoś do tego stopnia, że ten cierpiał męki. Czyżby Borussia rzeczywiście cierpiała męki na skutek poczynań Realu? W sensie metaforycznym pewnie tak, jeśli w ogóle możemy tu mówić o mękach. Z moralnego punktu widzenia, porównanie mąk piłkarzy do mąk ludzi dotkniętych skutkami prawdziwej wojny jest raczej nieporównywalne.

Z kolei Borussia, heroiczna i zwycięska – mimo zgotowanego piekła – nie pozwoliła, by Real dostał raję (czyli tego, co upragnione, wymarzone, wyśnzione). Odwołanie się do symbolicznych znaczeń piekła i raję pokazuje, że na meczu jak na wojnie – idzie o najwyższą stawkę. Nie ma już zabawy, a odwieczny ludyczny aspekt sportu, przynajmniej na poziomie przekazu zostaje zapomniany.

W samym tekście także nie brakuje odniesień do wojny. Wojna jako metaforyczny model kognitywny wyznaczana jest przez wiele jego elementów. Ramy myślenia o meczu jako wojnie ewokowane są nie tylko przez treść tekstu, ale do pewnego stopnia także przez jego formę. Na metaforę wojny składają się następujące określenia: «nękać» ('ustawicznie dręczyć, trapić, niepokoić, dokuczać, nie dawać chwili spokoju': «Królewscy tak długo nękali defensywę Borussii [...]»), «pogrzebać» ('złożyć w grobie, pochować': «Goście mieli wcześniej swoje okazje, aby pogrzebać nadzieje Królewskich»), «przetrwąć» ('przetrzymać trudny okres, nie ulec zniszczeniu, zagładzie w tym okresie': «[...] jednak Borussia zdołała przetrwać tornado, jakie rozpętało się na Santiago Bernabeu»), «pokonać» ('zwyciężyć, pobić': «Znacznie bliżej finału są Bawarczycy, którzy w pierwszym spotkaniu pokonali Dumę Katalonii aż 4:0»).

Na metaforyczny model wojny, obok wymienionych czasowników, składają się metafory o mniejszym – można powiedzieć – zakresie, w tym sensie, że odnoszą się do pewnych tylko fragmentów opisywanego zdarzenia, na przykład metafora – końcówka meczu to tornado («Borussia zdołała przetrwać tornado, jakie rozpętało się na Santiago Bernabeu»). Odwołanie do pola semantycznego rzeczownika «tornado» bardzo sugestywnie oddaje wydarzenia obserwowane pod koniec spotkania. Oto Real, niczym niszczący wszystko, cokolwiek spotka na swojej drodze wir powietrzny, atakuje Borussię, ale tej udaje się przetrwać¹. Atak Realu i obrona Borussii (to kolejne, zakorzenione w myśleniu o sporcie, skojarzenia wojenne!) powodują, że: «Końcówka meczu w Madrycie była bardzo dramatyczna». Czyżby wydarzenia na boisku rzeczywiście odpowiadały temu określeniu? Przymiotnik «dramatyczny» oznacza przecież: 'tragiczny, wstrząsający', ale używamy zbyt często i w nieodpowiednich kontekstach traci swoją semantyczną wyrazistość.

Ujmowanie wydarzeń sportowych za pomocą metafory wojny narzuca uczestnikom sportowej rywalizacji konkretne role, w które włączane są nie tylko poszczególne osoby (piłkarz to wojownik, napastnik to snajper), ale także całe drużyny (drużyna to armia).

Wojennej retoryce sprzyja także forma przekazu, która przybiera postać scenariusza pełnego zwrotów akcji i nieoczekiwanych zdarzeń, a budowane powoli napięcie znajduje swój punkt kulminacyjny pod koniec wypowiedzi.

W przekazach wykorzystujących retorykę wojenną liczy się tylko zwycięstwo jednej drużyny i porażka drugiej, dlatego wypowiedź koncentruje się tylko na tych elementach meczu, które do nich prowadzą. Mało zaś miejsca poświęca się na przykład opisowi ciekawych akcji, czy sportowym i niesportowym zachowaniom².

Przeprowadzona analiza pozwoliła zrekonstruować wyznaczany przez wypowiedź obraz meczu jako wojny i pokazać, które jej elementy są ramami wyidealizowanego modelu kognitywnego organizującego tekst.

Ku etyce języka

Wypowiedzi, które do nas docierają, oderwane od swoich nadawców, nie pozostają etycznie neutralnie, ale jako działania językowe mogą być albo dobre, albo złe, w zależności od ich aksjologicznej wartości. «Nie jest tak – pisze Jadwiga Puzynina – aby tylko ludzkie postawy oddziaływały na sposób wypowiedzania się. Także wypowiedzi, które słyszymy lub czytamy, oddziałują (swoją treścią i formą) na nasze postawy» [5].

Metafory mają tu znaczenie szczególne, ponieważ to właśnie za ich pomocą, przez odwołanie do innej domeny pojęciowej, możemy ująć poznawczo coś, co się poznaniu wymyka. Metafory, w sytuacji nieprzystawalności języka do otaczającego świata, są niezastąpionym środkiem artykułowania doświadczeń niewyrażalnych lub trudnych do wyrażenia w inny sposób. Metafory wnoszą innowacyjność, której brakuje językowi dyskursywnemu, co w ujęciu Paula Ricoeura było głównym walorem metafor: «Zależało mi na dostrzeżeniu innowacyjnego charakteru metafory na planie sensu» – i dalej – «Metafora, traktowana jako niezwykle i zu-

¹ Inne wojenne metafory to na przykład: «strzelić gola» (gol to pocisk); «polski snajper» (piłkarz to żołnierz) [9].

² Jak podkreśla Jolanta Mazurkiewicz-Sokołowska, istotnym elementem analizy jest zawsze perspektywa mówiącego [4, s. 32].

chwaly przekaz, przestała być formą ozdoby retorycznej lub ciekawostki językowej. Miała teraz jasno zilustrować zdolność języka do tworzenia sensu przez nowe skojarzenia [...]» [7, s. 29, 30].

Jak zatem oddać emocje towarzyszące meczowi piłki nożnej, jak przekazać jego zaskakujący przebieg? Być może tylko poprzez metaforę wojny jesteśmy w stanie wyartykułować to, czego – oglądając mecz – doświadczyliśmy, wszakże sport to rywalizacja. Pamiętać jednak trzeba, że metafora wojny kształtuje w umysłach odbiorców obraz piłki nożnej jako walki, nie zaś pokojowej rywalizacji, w której piłkarze są wrogami, a nie konkurentami; a wówczas można rzucić czymś w sędziego za niesprawiedliwość, w opinii kibica, decyzję, lub w piłkarzy, bo splamili honor drużyny. Dlatego – choć poddane analizie wypowiedzi nie są agresywne – to jednak wysyłają jasny przekaz – sport to wojna. I odbiorcy tak o sporcie zaczynają myśleć. Zastępcza wojna, w sensie emocjonalnym jest bowiem tak samo poważna jak wojna prawdziwa i niewiele potrzeba, by podgrzewane emocje wybuchły z całą mocą – dowodzą tego choćby zamieszki, do których doszło w Warszawie podczas wspomnianego już meczu Polska – Rosja w 2012 roku. Wystarczy też przypomnieć, w jaki sposób media «podgrzewały» emocje kibiców podczas Mistrzostw Europy w 2008 roku, kiedy pierwszym meczem, jaki rozegrali Polacy był właśnie mecz z drużyną Niemiec. Wzbudził on więcej emocji niż jakikolwiek inny mecz podczas mistrzostw, bo z Niemcami Polacy grali nie tylko o punkty, ale i o honor, o to by pokazać, że na boisku jesteśmy silniejsi i że potrafimy wygrać. Oczywiście nie brakowało nawiązań do bitwy pod Grunwaldem, czy wydarzeń okresu II wojny światowej. Podobnie było w przypadku meczu Polska – Rosja w roku 2012 były – przypominano Bitwę Warszawską, odżyło wspomnienie Katynia i Smoleńska. Oba wspomniane mecze nie były już tylko niewinną rozgrywką sportową, ale stały się sprawą narodową, zaś zwycięstwo uratowaniem honoru Polaków, którzy na boisku potrafią wygrać z najeźdźcą, choć na innych polach są słabsi i zwykle przegrywają.

W tym kontekście używanie metaforyki wojennej może się okazać nawet niebezpieczne, bo sprzyja wrogości i przemocy, a od słów do czynów droga jest krótka.

Trzeba się więc zgodzić z Jadwigą Puzyniną, która pisze: «Problem etyki języka jest jednak ważny nie tylko z punktu widzenia aktualnych wypowiedzi wszelkiego rodzaju, ale też tego, co »odkłada się« w systemie danego języka i w masie tekstów, które poświadczają jakość kultury ludzi posługujących się w danej epoce tym językiem» [5]. Myśląc więc o etyce języka w dziennikarskich przekazach sportowych, nie myślimy tylko o moralności komunikacyjnej, ale także o stosunku do samego języka jako wartości naszej kultury, bo język to nie tylko środek komunikacji, to także element naszej tożsamości, od niego bowiem zależy jak myślimy o sobie oraz o otaczającym nas świecie. W tej perspektywie obowiązkiem dziennikarza jest dbałość o język, zaś obowiązkiem badacza języka ukazywanie wzorów kontaktu językowego spełniającego podstawowe wymogi moralne, zaś obnażanie wypowiedzi, które tych wymogów nie spełniają.

Językoznawstwo kognitywne i filozofia języka pełnią tu rolę zasadniczą. Modele kognitywne nadają bowiem kształt naszym doświadczeniom, wzbogacają naszą wiedzę o świecie, ale są też bardzo silnym narzędziem wpływu na nasze myślenie i działanie. Kiedy rozumiemy, jak są sygnalizowane i jak funkcjonują na poziomach konceptualnym i językowym, możemy uzyskać szerszą i głębszą perspektywę oraz lepsze zrozumienie prawideł rządzących otaczającym nas światem.

Bibliografia:

1. Jäkel O. (2003). Metafory w abstrakcyjnych domenach dyskursu. Kognitywno lingwistyczna analiza metaforycznych modeli aktywności umysłowej, gospodarki i nauki. Przeł. M. Banaś, B. Drąg. Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych «Universitas», ss. 366.
2. Krzeszowski T. (1999). Aksjologiczne aspekty semantyki językowej. Toruń: Wydawnictwo Uniwersytetu im. Mikołaja Kopernika, ss. 94.
3. Lakoff G., Johnson M. (1988). Metafory w naszym życiu. Przeł. i wstępem opatrzył T. P. Krzeszowski. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, ss. 269.
4. Mazurkiewicz-Sokołowska J. (2010). Lingwistyka mentalna w zarysie. O zdolności językowej w ujęciu integrującym. Kraków: TAIWPN Universitas, ss. 261.
5. Puzynina J. Jeszcze raz o kulturze języka. // www.etykaslowa.pl (dostęp 12.03.2013).
6. Puzynina J., Pajdzińska A. (1996). Etyka słowa. // O zagrożeniach i bogactwie polszczyzny. Red. J. Miodek. Wrocław: Towarzystwo Przyjaciół Polonistyki Wrocławskiej, s. 260.
7. Ricoeur P. (2005). Refleksja dokonana. Autobiografia intelektualna. Przeł. P. Bobowska-Nastarzewska. Kęty: Wydawnictwo Antyk, s. 76.
8. Zygmunt A. E. (2011). Klagenfurt die Grunwald. Media o meczu Polska – Niemcy na Mistrzostwach Europy 2008. // Społeczne zmagania ze sportem. Red. Ł. Rogowski, R. Skrobicki. Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, s. 89–100.
9. Borussia – Bayern: remis po wielkich emocjach w Dortmundzie. // <http://eurosport.onet.pl/pilka-nozna/liga-niemiecka/borussia-bayern-remis-po-wielkich-emocjach-w-dortm,1,5486000,wiadomosc.html> (5.05.2013)
10. Real zgotował Borussii piekło, ale nie dostąpił raj. // <http://eurosport.onet.pl/pilka-nozna/liga-mistrzow/lm-real-zgotowal-pieklo-borussii-ale-nie-dostapil-5484156,fotoreportaz-mini.html> (5.05.2013)